

# SAFARIBUS

*Un nouveau concept de véhicules et de services internationaux*

## **LE MAILLON MANQUANT**

***Pour de nouvelles découvertes:*** *Tourismes, prospections commerciales ou industrielles de nouveaux horizons imposent des moyens nouveaux pour accéder aux sites en sécurité, fiabilité et économie.*

***Pour la sécurité et fiabilité :*** *une technologie nouvelle pour des exigences incompatibles aux situations et moyens locaux actuels pour les déplacements.*

***Pour investir dans un nouveau concept:*** *création d'un réseau d'agences et une organisation de nouveaux services avec un nouveaux concept de véhicules.*

***Pour un développement international:*** *Création d'une agence pour chaque pays et régions.*

***Pour investir, aux choix :*** *dans une agence d'exploitation locale, dans la représentation pays du constructeur ou dans le développement industriel.*

***Pour sécuriser les investissements,*** *l'action principale des fonds investis correspond à la construction de produits concrets : des véhicules, qui conservent leurs valeurs quelques soit l'objet de leurs destinations et utilisations.*

***Pour un marché international :*** *Les prestataires, agences et réceptifs, attendent une réponse normalisée pour toutes les destinations sur tout les continents.*

*Ce projet est né d'une vision construite par 20 ans d'expériences aux conditions uniques du concepteur sur toutes destinations internationales.*

*Les premières phases : études de marchés et choix techniques ont été validés par la construction de véhicules prototypes et de préséries, définition confirmée par leurs mises en situations réelles d'exploitations.*

*La diversité du marché d'exploitation et de ventes: tourismes, services techniques et de sécurité, humanitaires ou particuliers garantis un important potentiel de développement.*

---

## ***Pourquoi un nouveau concept de véhicules et d'exploitation ?***

### ***Les raisons économiques :***

1. Les nouvelles libertés de déplacements internationaux et les nouvelles relations commerciales qu'elles apportent, plus la reconnaissance des autorités locales sur de nombreuses destinations, de l'impact économique du tourisme, offrent de larges domaines d'exploitations pour des besoins nouveaux et plus personnalisés ;
2. La gestion de l'organisation des déplacements des intervenants pour ces marchés spécifiques : agences de voyages, réceptifs ou prestataires pour études techniques et commerciales, sort du cadre de leur compétence d'intervention ;
3. La multiplication des transports aériens, autre maillon du tourisme, a des coûts de plus en plus réduits.

### ***Conséquence :***

L'augmentation du nombre des personnes désirant et pouvant aisément voyager, génère une demande croissante pour de nouveaux horizons. Ceux-ci nécessitent des moyens techniques et des services de plus en plus spécialisés.

### ***Les raisons techniques :***

1. La technologie des véhicules actuels a évolué et s'est adaptée pour des marchés avec une utilisation dans un environnement de plus en plus maîtrisé et sécurisé ;
2. La concurrence économique, entre les constructeurs, a conduit à optimiser la conception de leurs matériels pour ce seul environnement ;
3. La libéralisation du marché mondial ne permet plus une main mise de leur marché, ceci à pour conséquence une sophistication des technologies pour se différencier des concurrents ;
4. Dans d'autres domaines, le développement et la démocratisation des nouveaux moyens de communication (téléphone satellite, positionnement par satellite -GPS-) apportent une sécurité partout dans le monde en toute autonomie, permettent de nouveaux concepts touristiques et ouvrent de nouveaux espaces de déplacement.

### ***Conclusion :***

- Les matériels optimisés pour les pays développés sont difficilement utilisables dans des régions isolées et des pays en développement (mauvais état des routes et circulation sur piste, mauvaise qualité du carburant et règles de circulation aléatoires...) ;
- Les véhicules locaux répondant, aux économies locales, n'offrent pas le niveau de sécurité et de confort attendus par les personnes visitant ces régions.

*Ces analyses sont le fruit de réflexions et d'études construites sur une expérience de dix-huit années de déplacement et de prestation sur toutes destinations internationales.*

## ***Un concept au service du client***

***Le SAFARIBUS : ce qu'il apporte de nouveau pour les déplacements.***

### ***Pour les passagers :***

- Une sécurité passive par sa carrosserie en acier ;
- Une sécurité active par sa technologie unique de suspension ;
- Des itinéraires originaux devenus possibles ;
- Un déplacement plus convivial ;
- Une vision panoramique pour tous les passagers ;
- Un meilleur confort pour moins de fatigue ;
- Des sanitaires pour plus de liberté ;
- Des rangements individuels fermant à clef ;
- Une image valorisante par son design.

### ***Pour l'exploitant :***

- Un équipement complet, douche, WC, cuisine, rangements aux volumes importants pour une liberté d'itinéraire ;
- Une forte capacité de déplacement sur terrain accidenté ;
- Un potentiel de chargement, carburant, eau, provisions pour une gestion simplifiée ;
- Un déplacement faisant éviter le convoi de plusieurs véhicules, source d'inconvénients pour les clients ;
- Un nombre réduit de chauffeurs ;
- Une garantie de fonctionnement du véhicule (gestion de la maintenance par le constructeur) ;
- Une base mécanique utilisée à moitié de sa charge utile, pour une plus longue exploitation.

### ***Pour l'écologie et l'environnement :***

- Moins de consommation de carburant par personne transportée ;
- Une protection des sols : pneus "basse pression" et moins de véhicules ;
- Un contrôle et une réduction du niveau sonore ;
- Un choix de matériaux et de technologies pour la construction, en amont (fournisseurs) pendant et après pour un meilleur recyclage.



## L'ENVIRONNEMENT: UNE PREOCCUPATION DES L'ORIGINE DU CONCEPT

### Préambule :

°10 000 ans d'évolutions ont amenées à la période industrielle,  
°1 siècle de développements industriels ont apportés des solutions pour la santé, des facilités pour les déplacements et du confort pour les individus,  
°20 années ont suffi pour mesurer l'effet sur l'environnement et prendre conscience de la nécessité de maîtriser notre consommation et son impact.

### Le concept Safaribus.

Avant *la médiatisation sur l'environnement*, le cahier des charges de construction et d'exploitation, est né par une vision construite de 20 années d'expériences, de déplacements internationaux, de situations et de réflexions, ***pour des choix sans concession pour limiter cet impact*** pour une utilisation dans un environnement naturel.

### LES SOLUTIONS POUR CET OBJECTIF :

°**Limiter la production** : une longévité : 20 années d'utilisation (10 + 10 après reconditionnement),  
*La solution* : des éléments mécaniques dimensionnés pour augmenter la durée de vie et d'exploitation.

°**Fonctionnement** : réduire la consommation d'énergie,  
*La solution* : une plus grande capacité d'accueil et de chargement pour limiter le nombre de véhicules en déplacement.

°**Fiabilité** : évoluer dans des régions d'accès difficiles amène des risques d'interventions fréquentes et une lourdeur des structures logistiques suivi de son impact environnemental.  
*La solution* : augmenter les capacités de chargement pour l'autonomie et une préparation spécifique pour la fiabilité et la maintenance.

°**Sécurité** : des déplacements en milieux naturels et des destinations aux règles de circulations aléatoires sont un risque permanent,  
*La solution* : sécurité passive par la construction en acier et formation spécifique et gestion des chauffeurs/techniciens par le constructeur.

°**Élimination** : l'utilisation dans un environnement naturel et pays en développement n'amène pas les moyens techniques de retraitement,  
*la solution* : construction en acier (100% recyclable) pour une récupération et réutilisation locale.

*Exemples de solutions pour répondre aux plus larges utilisations et destinations.*

## ***Une garantie : l'expérience du concepteur et des marchés réalisés***

### **Prestation pour la logistique d'organismes d'événements sportifs et médiatiques :**

*Exemple opérations réalisées :* Salon de Val-d'Isère ; Tour de France cycliste ; Tour de France VTT ; Eurosatory (militaire) ; Mondial de l'automobile ; Production télévision (Jordanie)...

### **Compétition, concurrent et logistique :**

*Exemple opérations réalisées :* Concurrent Rallye Paris /Dakar (dix-huit participations en moto, auto et camion) ; Concurrent Paris / Le Cap ; Concurrent Paris / Pékin...

### **Assistance organisation et concurrent :**

*Exemple opérations réalisées :* Raid Bordeaux / Shanghai ; Rallye du Maroc ; Rallye de Tunisie ; Rallye d'Egypte ; Raid 4L Trophy (Maroc) ; compétitions surf...

### ***LA CONFIANCE DE CLIENTS ET D'ORGANISATIONS DE NOTORIÉTÉ !***

Quiksilver (-surf-vêtements) ; O'Neil (-surf-Vêtements) ; Groupe Expand (audiovisuel) ; France 2 (service des sports) T.S.O. - Thierry Sabine Organisation (organisation Rallye Paris / Dakar) ; Wilson France (importateur de matériel de tennis) ; Studio Astre (photo de mode) ; Organisation du Marathon des Sables (course à pieds) ; Paul Belmondo (pilote professionnel) ; Sierra Production – Groupe Amaury (audiovisuel) ; Toyota (importateur d'automobiles) ; Bernard Deloffre (responsable Aérospatial, responsable du projet Hermès) ; Frères Marreau (pilotes professionnels, vainqueurs du Paris / Dakar)...

### ***Sur les premières phases du projet, l'étude de marché, sa nature et la définition des véhicules ont été confirmés par des situations réelles d'exploitations :***

#### **Exemples d'utilisations du SAFARIBUS :**

- Studio Astre (photo de mode) : *véhicule équipé en loge de maquillage* (46 jours)
- Lancaster (opération de communication) : *véhicule équipé en studio d'enregistrement* (39 jours)
- Organisation Marathon des sables (course à pieds au Maroc) : *véhicule équipé en régie de télévision* (15 jours x 4 saisons)
- Groupe Expand (production pour télévision Antenne 2 en Jordanie) : *véhicule équipé en régie de télévision* (90 jours x 2 saisons)
- Tour de France vélo (organisation) : *véhicule équipé en salon VIP et en bureau* (30 jours)
- France Télévision (service des sports France 2 pour Tour de France vélo) : *véhicule équipé en salon VIP et en bureau* (30 jours)
- Wilson France (opération de communication) : *véhicule équipé en show-room* (30 jours x 2 saisons x 2 véhicules)
- Tour de France VTT (organisation Groupe Amaury) : *véhicule équipé en régie télévision* (12 jours x 2 saisons)
- Rallye de Tunisie (transport de personnes) : *opération touristique* (12 jours)
- Rallye du Maroc (production télévision) : *véhicule équipé en régie de télévision* (15 jours x 2 saisons)
- Paris / Changai (raid automobile) : *véhicule équipé en bureau* (45 jours)
- Quiksilver (épreuve du championnat du monde de surf à Saint-Jean-de-Luz) : *véhicule équipé en bureau et en régie* (15 jours x 4 saisons)
- Participation pour les organisations à de nombreux salons, expositions...

*Cette liste partielle des opérations clients, a permis également de confirmer le potentiel, les choix techniques et l'adaptabilité pour le développement sur de nouveaux et différents marchés.*